

VOLUME | 2 ISSUE | 7 SEPTEMBER | 2024

TOM | 2 ВЫПУСК | 7 СЕНТЯБРЬ | 2024

JILD | 2 SON | 7 SENTYABR | 2024

ISSN:2992-9199

Scientific journal of “Science technology & Digital finance”:**30.09.2024.**

This collection has published articles accepted into the scientific journal “Science technology & Digital finance” Part 7, 2024.

All articles within the Journal were assigned the unique DOI number and indexed in Zenodo, Open Aire, Google Scholar, Index Copernicus international scientific bases.

The materials of the journal can be used by professors, independent researchers, doctorates, undergraduates, students, teachers of lyceums and schools, scientific staff and all those interested in science.

Note! The authors are personally responsible for the veracity of the figures, reports, data in scientific articles included in the collection of journal Materials and the correctness of the quotes presented.

Научный журнал “Science Technology & Digital Finance”:**30.09.2024.**

В этом сборнике опубликованы статьи, принятые в научный журнал «Science Technology & Digital Finance» № 2 за 2024 год, Часть 7.

Ко всем статьям в журнале был прикреплен уникальный номер doi, проиндексированный в международных научных базах zenodo, Open Aire, Google Scholar, Index Copernicus.

Материалы журнала доступны преподавателям, независимым исследователям, докторантам, магистрантам, студентам, преподавателям средних школ и колледжей, научным сотрудникам, а также всем, кто интересуется наукой.

Примечание! Авторы несут персональную ответственность за достоверность цифр, отчетов, информации в научных статьях, включенных в сборник материалов журнала, и правильность цитирования.

«Science technology & Digital finance» ilmiy jurnali:**30.09.2024 yil.**

Ushbu to'plamda «Science technology & Digital finance» ilmiy jurnali 2024 yil 2-soni 7-qismiga qabul qilingan maqolalar nashr etilgan.

Jurnal tarkibidagi barcha maqolalarga DOI unikal raqami biriktirilib, Zenodo, Open Aire, Google Scholar, Index Copernicus xalqaro ilmiy bazalarida indekslandi.

Jurnal materiallaridan professor-o'qituvchilar, mustaqil izlanuvchilar, doktorantlar, magistrantlar, talabalar, litsey-kollejlar va maktab o'qituvchilari, ilmiy xodimlar hamda barcha ilm-fanga qiziquvchilar foydalanishlari mumkin.

Eslatma! Jurnal materiallari to'plamiga kiritilgan ilmiy maqolalardagi raqamlar, hisobotlar, ma'lumotlar haqqoniyligiga va keltirilgan iqtiboslar to'g'riligiga mualliflar shaxsan javobgardirlar.

“Fast support and result” MCHJ

SCIENCE TECHNOLOGY & DIGITAL FINANCE

VOLUME | 2, ISSUE | 7, SEPTEMBER, 2024

EDITOR-IN-CHIEF

Soy Marina Petrovna

Associate professor, PhD, Department of Economics and Tourism of the Jizzakh Branch of the
National University of Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek

EDITORIAL BOARD

Bobanazarova Jamila Kholmurodovna

Professor, Doctor of Economic Sciences, Jizzakh Polytechnic Institute

Samadkulov Mukhammadjon Islom ugli

Head of the Department "General Sciences", Associate Professor of the Yangiyer branch of the Tashkent Institute of
chemistry and technology

EDITORIAL SECRETARY

Saitov Sirojiddin Abduvalievich

Senior lecturer of the Department of Economics and tourism of the Jizzakh branch of the National University of
Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek

PRINTMAKER

Kamolov Dostonbek Rustam ogli

Jizzakh branch of the National University of Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek

SCIENCE TECHNOLOGY & DIGITAL FINANCE

ТОМ | 2, ВЫПУСК | 7, СЕНТЯБРЬ, 2024 г.

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Цой Марина Петровна

Доцент, кандидат экономических наук, кафедра экономики и туризма Джизакского филиала
Национального университета Узбекистана имени Мирзо Улугбека

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Бобоназарова Джамиля Холмуродовна

Профессор, доктор экономических наук, Джизакский политехнический институт

Самадкулов Мухаммаджон Ислон угли

Заведующий кафедрой "Общие науки", доцент Янгйеровского филиала Ташкентского химико-
технологического института

СЕКРЕТАРЬ РЕДАКЦИИ

Саитов Сироджиддин Абдувалиевич

Старший преподаватель кафедры экономики и туризма Джизакского филиала Национального университета
Узбекистана имени Мирзо Улугбека

ПОДГОТОВКА К ПУБЛИКАЦИИ

Камолов Достонбек Рустам угли

Джизакского филиала Национального университета Узбекистана имени Мирзо Улугбека

SCIENCE TECHNOLOGY & DIGITAL FINANCE

JILD | 2, NASHR/ 7, SENTRYABR, 2024

BOSH MUHARRIR

Soy Marina Petrovna

Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universitetining Jizzax filiali Iqtisodiyot va turizm kafedrasida dotsenti, i.f.n.

TAHRIRIYAT KENGASHI

Bobonazarova Jamila Xolmurodovna

Jizzax Politehnika instituti professori, iqtisod fanlari doktori

Samadqulov Muxammadjon Islom o'g'li

"Umumkasbiy Fanlar" kafedrasida mudiri, Toshkent kimyo-texnologiya instituti Yangiyer filiali dotsenti

TAHRIRIYAT KOTIBI

Saitov Sirojiddin Abduvalievich

Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universiteti Jizzax filiali Iqtisodiyot va turizm kafedrasida katta o'qituvchisi

NASHRGA TAYYORLOVCHI

Kamolov Dostonbek Rustam o'g'li

Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universiteti Jizzax filiali



OLIGOPOLIYANING XUSUSIYATLARI VA UNING MAMLAKAT IQTISODIYOTIGA TA'SIRI

Bozorboyev Diyorbek Po'lat o'g'li

O'zbekiston milliy universitetining Jizzax filiali talabasi.

Annotatsiya

Iqtisodiy adabiyotlarda bir tarmoq ichida raqobatning to'rtta shakli alohida ajratilib ko'rsatiladi. Ular erkin raqobat, monopolistik raqobat, monopoliya va oligopoliya. Ushbu maqolada, tarmoqdagi bir necha yirik ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchining narx va ishlab chiqarish hajmini belgilashdagi hukmronlik holati bo'lgan, oligopoliya haqida gap boradi. Shu bilan birga, oligopoliyaning o'ziga xos xususiyatlari, mamlakat iqtisodiyotdagi ta'siri va shu kabi sohalarda tahlil qilindi.

Kalit so'zlar:

oligopoliya, monopoliya, bozor, raqobat.

Email: bozorboyevdiyorbekk@gmail.com

©2024. bozorboyevdiyorbekk@gmail.com

Published by Fast support and result LLC. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license



[Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Kirish

Oligopoliya – tarmoqda u qadar ko'p bo'lmagan korxonalarining mavjud bo'lishi va hukmronlik qilishidir. Bu oligopoliyaning eng muhim belgisidir. Qaysi tovarlar va xizmatlar bozorida nisbatan kam sonli ishlab chiqaruvchilar hukmronlik qilsa, shu tarmoq oligopolistik tarmoq hisoblanadi, hamda bozor tuzilishi, unda oz miqdordagi sotuvchilar har qanday mahsulotni sotishda ustunlik qiladi va yangi sotuvchilarning paydo bo'lishi qiyin yoki imkonsizdir.

Oligopolistik bozorlarda, qoida tariqasida, ikkitadan o'ntagacha firmalar ustunlik qiladi, ular mahsulot sotilishining yarmini yoki undan ko'pini tashkil qiladi.

Asosiy qism

Oligopolistik bozorlardagi firmalarning xatti-harakati qo'shinlarning urushdagi xatti-harakatlariga o'xshaydi. Oz miqdordagi firmalar va ko'p sonli xaridor. Bu shuni anglatadiki, bozorni yetkazib berish hajmi mahsulotni ko'plab kichik xaridorlarga sotadigan bir nechta yirik firmalar qo'lida; tabaqalashtirilgan yoki standartlashtirilgan mahsulotlar. Firmalar bir-birlariga raqibdir, foyda esa kubok. Ularning quroli narxlarni nazorat qilish, reklama va mahsulot ishlab chiqarishdir.

Oligopolistik tarmoq bir xil yoki tabaqalashgan mahsulot ishlab chiqarishi mumkin. Ko'pchilik sanoat mahsulotlari: po'lat, mis, alyuminiy, qo'rg'oshin, temir va shu kabilar fizik ma'noda bir turdagi mahsulotlar hisoblanadi va oligopoliya sharoitida ishlab chiqariladi. Iste'molchilik

tovarlari: avtomobillar, yuvish vositalari, sigaretlar, maishiy elektr buyumlari va shu kabilarni ishlab chiqaruvchi tarmoqlar tabaqalashgan oligopoliya hisoblanadi.

Oligopoliya sharoitida korxonalar o'rtasidagi raqobat o'zaro bog'liq bo'ladi. Oligopolistik tarmoqda hech qaysi firma o'zining narx siyosatini mustaqil o'zgartirishga botina olmaydi.

Oligopoliyaning o'ziga xos xususiyatlari va iqtisodiyotga ta'siri quyidagi yo'nalishlarda o'z aksini topadi. Oligopoliyaning asosiy xususiyatlari:

Bozorda kam sonli yirik kompaniyalar faoliyati: Oligopoliya sharoitida odatda bir necha yirik kompaniyalar butun bozor ulushining katta qismini nazorat qiladi. Ular orasida qattiq raqobat bo'lishi mumkin, ammo ularning har birining bozor ta'siri katta.

Narx belgilashdagi strategik hamkorlik: Oligopoliyada kompaniyalar narx belgilashda bir-birini kuzatadi. Ko'pincha kompaniyalar bir-biriga mos narx siyosatini yuritadi yoki yashirin kartel kelishuvlari orqali narxlarni o'zaro muvofiqlashtiradi.

Yuqori kirish to'siqlari: Bozorga yangi kompaniyalar kirishi qiyin bo'ladi, chunki oligopolistik kompaniyalar katta kapital va resurslarga ega bo'lib, yangi o'yinchilarning bozorga kirishiga to'siq qo'yadi. Bu to'siqlar texnologik ustunlik, marketing xarajatlari yoki qonuniy cheklovlar bilan bog'liq bo'lishi mumkin.

Mahsulotlarning differentsiatsiyasi: Oligopoliya bozoridagi kompaniyalar

ko'pincha o'z mahsulotlarini boshqa raqobatchilarnikidan farqlashga harakat qiladilar. Bu farqlanish narx, sifat yoki brend imidji kabi omillar orqali amalga oshiriladi.

Narxlar barqarorligi: Oligopoliyalarda narxlar ko'pincha barqaror bo'lib qoladi, chunki raqobatchilar narx urushiga kirishishdan qo'rqadi. Narxlarni tushirish o'rniga, kompaniyalar marketing strategiyalari va mahsulotlarning sifatini oshirish orqali raqobatlashadi.

Oligopoliyaning mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri:

Narxlarni nazorat qilish va raqobatning kamayishi: Oligopoliyalar bozorga katta ta'sir ko'rsatishi tufayli narxlar sun'iy ravishda yuqori bo'lib qolishi mumkin. Raqobatning cheklanishi iste'molchilar uchun kamroq tanlov va yuqori narxlar bilan bog'liq bo'ladi, bu esa ularning turmush darajasiga salbiy ta'sir qilishi mumkin.

Innovatsiyalarning tezlashishi yoki sekinlashishi: Oligopoliyalarda innovatsiya ikki xil ta'sirga ega bo'lishi mumkin. Ba'zi hollarda, kompaniyalar o'zaro raqobatlashib, innovatsiyalarni joriy qilishadi, bu bozorni yanada dinamik qiladi. Boshqa hollarda esa, katta kompaniyalar o'z bozor pozitsiyalarini mustahkamlab olishganidan so'ng, innovatsiyalarga bo'lgan ehtiyojni kamaytirishi mumkin.

Bozorda monopoliyaga aylanib ketish xavfi: Oligopoliya monopoliyaga olib kelishi mumkin. Agar bir necha yirik kompaniyalar o'zaro kelishib shlasalar yoki kartel tashkil etishsa, bu monopolistik xatti-

harakatlarga o'xshash bozor tuzilmasini yuzaga keltiradi, bu esa mamlakat iqtisodiyoti va iste'molchilarga zarar yetkazadi.

Mamlakat iqtisodiy barqarorligiga ijobiy ta'sir: Yirik kompaniyalar iqtisodiy barqarorlikka hissa qo'shishi mumkin. Ular doimiy ish o'rinlari yaratishadi, katta hajmdagi soliqlarni to'laydilar va eksport bilan shug'ullanib, mamlakatning savdo balansini yaxshilaydi.

Qonunchilik va davlat nazoratining kuchayishi: Oligopoliya sharoitida davlatning roli juda muhim. Monopoliyaga qarshi qonunlar va raqobatni himoya qilish choralari olinmasa, yirik kompaniyalar iqtisodiyotga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu sababli, davlat raqobatni rivojlantirish uchun qonunchilik bazasini kuchaytirishi va bozorni tartibga solishi zarur.

Xulosa

Shuni xulosa qilishimiz mumkinki, oligopoliya iqtisodiyotda muhim rol o'ynaydi va mamlakat iqtisodiyotiga turli yo'nalishlarda ta'sir ko'rsatadi. Bozordagi kam sonli, ammo kuchli kompaniyalar iste'molchilarga narxlarni oshirish orqali salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lsada, ular iqtisodiy barqarorlik, texnologik taraqqiyot va yangi ish o'rinlarini yaratish kabi ijobiy tomonlarga ham ega. Shu sababli, davlat nazoratining kuchaytirilishi va raqobatni himoya qilish choralari mamlakat iqtisodiyotining samaradorligini oshirishda hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Mikroiqtisodiyot. Makroiqtisodiyot: *Darslik* / E.I.Ergashev, I.Bakiva, Sh.Fayziyev, B.Shermuxamedov; - T.: "Iqtisod-Moliya" 2019, 680 b.
2. Sh. Sh. Shodmonov, U. V. G'afurov. "Iqtisodiyot nazariyasi". T., «Fan va texnologiya» nashriyoti, 2005, 784 bet
3. Mikroiqtisodiyot. O'quv qo'llanma/ I.A.Bakiva, X.S.Xadjayev - Toshkent: - O'zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti, 2017.-436 bet.
4. Saitov, S. (2024). Improvement of accounting and audit in road transport enterprises. SPAST Abstracts, 2(02). Retrieved from <https://spast.org/techrep/article/view/4927>
5. Saitov S. TRANSPORT KORXONALARIDA BUXGALTERIYA HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH //Journal of Contemporary World Studies. – 2024. – T. 2. – №. 4. – C. 41-47.
6. Saitov S. JAHON IQTISODIYOTIDA ERKIN IQTISODIY HUDUDLARNING TUTGAN O 'RNI VA AHAMIYATI //Science technology&Digital finance. – 2024. – T. 2. – №. 4. – C. 23-31.
7. Saitov S. O 'ZBEKISTONNING TASHQI SAVDOSI: RAQAMLAR, MUAMMOLAR VA YECHIMLAR //Journal of Contemporary World Studies. – 2024. – T. 2. – №. 4. – C. 48-53.
8. Saitov S. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SOHASIDA BUXGALTERIYA HISOB TIZIMINI RIVOJLANTIRISHNING USTUVOR YO 'NALISHLARI //Science technology&Digital finance. – 2024. – T. 2. – №. 4. – C. 32-37
9. Saloxitdinov S. H. F., Mirsaidov M. TA'LIM MAJMUINI BOSHQARISH VA MEHNAT BOZORI UCHUN KADRLAR TAYYORLASH BORASIDAGI XALQARO TAJRIBALAR. – 2024.
10. Салохитдинов Ш. ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИ БИТИРУВЧИЛАРИНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИ ВА СИФАТИНИ ОШИРИШГА ТАЪСИР КЎРСАТУВЧИ ОМИЛЛАР //Innovations in Science and Technologies. – 2024. – Т. 1. – №. 1. – С. 115-121.
11. Салохитдинов Ш. ЖИЗЗАХ ВИЛОЯТИ БЎЙИЧА ОЛИЙ ТАЪЛИМ ХИЗМАТЛАРИ СИФАТИНИ БАҲОЛАШ ТИЗИМИНИНГ РИВОЖЛАНИШИГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР ТАҲЛИЛИ //Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil. – 2024. – Т. 2. – №. 1. – С. 466-473.
12. Салохитдинов Ш. Ф., Ўғли Н. А. Д. ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИДА ТАЪЛИМ ХИЗМАТЛАРИ СИФАТИ ОМИЛЛАРИНИ БАҲОЛАШ //Science and innovation. – 2024. – Т. 3. – №. Special Issue 18. – С. 983-987.
13. Saloxitdinov S., Sardor I. O 'ZBEKISTONDA BARQAROR IQTISODIY O 'SISHNI TA'MINLASH YO 'NALISHLARI //Actual Problems in Higher Education in the Era of Globalization: International Scientific and Practical Conference. – 2024. – Т. 7. – С. 22-25.
14. Farxodovich S. S. INSON KAPITALINING RAQAMLI RIVOJLANISHINI BAHOLASH //Raqamli iqtisodiyot (Цифровая экономика). – 2024. – №. 6. – С. 36-45.
15. Farxodovich S. S. MEHNAT BOZORIGA OLIY TA'LIM MUASSASALARI TOMONIDAN BITIRUVCHILARNI TAYYORLASHNI TARTIBGA SOLISHNING INSTITUTIONAL ASOSLARI //QO 'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI. – 2023. – Т. 9. – С. 109-112.